

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»**

*Посвящается 90-летию Сибирского
Государственного индустриального университета*

**НАУКА И МОЛОДЕЖЬ:
ПРОБЛЕМЫ, ПОИСКИ, РЕШЕНИЯ**

*Труды Всероссийской научной конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых
19 – 21 мая 2020 г.*

ВЫПУСК 24

ЧАСТЬ II

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Под общей редакцией профессора М.В. Темлянцева

**Новокузнецк
2020**

ББК 74.580.268
Н 340

Редакционная коллегия:

д-р техн. наук, профессор М.В. Темлянецв,
канд. экон. наук, доцент Е.В. Иванова,
канд. экон. наук, доцент В.В. Шипунова,
канд. экон. наук, доцент О.П. Черникова,
канд. экон. наук, доцент Т.Н. Борисова,
канд. техн. наук, доцент Е.Г. Лашкова
канд. техн. наук, доцент И.Ю. Кольчурина

Н 340

Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения: труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, 19–21 мая 2020 г. Выпуск 24. Часть II. Экономические науки / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Сибирский государственный индустриальный университет ; под общ. ред. М. В. Темлянцев. – Новокузнецк ; Издательский центр СибГИУ, 2020. – 287 с. : ил.

ISSN 2500-3364

Представлены труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых по результатам научно-исследовательских работ. Вторая часть сборника посвящена актуальным вопросам в области экономических наук: теоретических и практических аспектов экономики организаций, отраслей, комплексов; теоретических и прикладных вопросов управления, комплексной безопасности и регионального развития; экономики труда, управления персоналом; бухгалтерского учета и финансов; стандартизации, сертификации, управления качеством и документооборота; инновационных технологий рыночного продвижения.

Материалы сборника представляют интерес для научных и научно-технических работников, преподавателей, аспирантов и студентов вузов.

ISSN 2500-3364

© Сибирский государственный
индустриальный университет, 2020

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СИБИРСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА МИРОВОЙ РЫНОК

Меркулов И.М.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Ковалева Е.В.

*Сибирский государственный индустриальный университет,
г. Новокузнецк, e-mail: merkul.223@mail.ru*

В данной статье рассматриваются проблемы продвижения сибирской продукции на мировой рынок; дан обзор вопросов, связанных с продвижением: сырьевой характер продукции, высокий уровень концентрации сырьевых товаров, слабость логистической базы, необходимость создания и продвижения региональных брендов. Также будет рассмотрена ситуация, характеризующая особенности экспорта товаров в регионе в настоящее время и мероприятия для его дальнейшего роста.

Ключевые слова: экспорт, отечественное производство, мировой рынок, региональные бренды, экспортный рынок Сибири, сибирские товары, логистика.

Выдвижение продукции из Сибири - комплексная задача, решение которой требует слаженного взаимодействия региона и государства. Продукция отечественного производства уже сейчас успешно занимает рыночные ниши, где она может реализовывать конкурентные преимущества. Экспортеров из Сибири не так много, а денежноемких – совсем единицы: авиакомпания «Сибирь», Новосибирский завод химконцентратов, «ВПК-Ойл», «Эпм-Новэз», «Салек» (уголь). В Сибири вообще не так много компаний, которые занимаются внешнеэкономической деятельностью, однако при этом наибольшее количество из них базируется в Новосибирске.

С точки зрения развития несырьевого экспорта это происходит потому, что внешнеэкономическая деятельность в Сибири не столь прибыльна. Существует не так много конкурентных товаров, с которыми можно выходить на зарубежные рынки с уверенностью в их успехе. Исключения на сегодняшний день составляют сельскохозяйственные продукты, в частности, из Алтайского края. Есть мнение, что зарубежные потребители готовы платить за экологически чистую продукцию, которая в среднем стоит дороже обычной. Отчасти это правдивое суждение, но здесь кроется множество нюансов. Например, в Китай поставлять качественную муку готовы не только из Сибири, но и из других стран. Рынок оказывается гораздо более насыщенным, чем его себе представляют сибирские предприниматели, не готовые к такому масштабу конкурентной борьбы.

Если не рассматривать сырьевые товары, которые экспортируются государственными корпорациями или крупным бизнесом, то на первом ме-

сте по объемам стоит древесина и все, что с ней связано - этот сегмент является основным драйвером роста на экспортном рынке Сибири. Экспорт древесины не требует больших вложений, можно обойтись малыми инвестициями в производство и обеспечить прибыльное функционирование на рынке. Динамично развивается экспорт продуктов питания, подстраиваясь под требования азиатских потребителей.

Если разнести понятия объема финансовых операций и количества игроков, то в Сибири несколько десятков компаний занимают до 80% денежного оборота ВЭД (внешнеэкономической деятельности). В частности, Новосибирской области «Сибирский антрацит» и Новосибирский завод химконцентратов экспортируют продукции на десятки миллионов долларов, создавая все вместе тот самый объем всего экспортного рынка в Новосибирской области. В Омской области одна только компания «Газпромнефть» занимает почти 95 % всего внешнеторгового оборота ВЭД в регионе, все остальные компании составляют оставшиеся 5 % рынка. Кузбасс также понятен - десяток крупнейших угольных и металлургических компаний составляют те же 90 % ВЭД региона.

Для того, чтобы экспорт из Сибири рос, на данный момент государство обеспечивает ресурсную систему поддержки экспорта. Прежде всего, это различные финансовые инструменты поддержки продвижения экспортной продукции на внешние рынки, например, субсидирование процентных ставок по кредитам экспортно-ориентированных производственных компаний, субсидирование экспортных перевозок.

Большую роль в продвижении продукции, в том числе и на мировой рынок играет логистика и особые экономические зоны. Новосибирск обладает практически уникальным месторасположением с логистической точки зрения, и город все больше используется в качестве крупного перевалочного хаба, в том числе для туристических целей. Но все это не может заработать на полную мощность без внедрения на территории региона режима особой экономической зоны.

При желании организовать свое производство на территории промышленно-логистического парка (ПЛП) резиденты должны оплатить все пошлины на ввозимое оборудование, что частично наносит удар по бюджету компании. В том же Татарстане резидентов освободили от уплаты таможенных платежей и сэкономленные средства идут на развитие производства. Именно поэтому в таких экономических зонах нет нужды в привлечении резидентов, они сами хотят там размещаться. Поэтому при рассмотрении места дислокации своего производства компания выберет скорее дальний Восток, в который сейчас активно инвестирует Федеральный Центр, или Подмоскovie, где также расположены особые экономические зоны, нежели Новосибирскую область.

Продвижению сибирской продукции на мировой рынок способствует также создание и продвижение региональных брендов. Это не новые бренды конкретных компаний – это объединение под единым «зонтом» той продук-

ции, которая может быть характерна для конкретного региона. То, что обладает или может обладать конкурентным преимуществом по сравнению с другими регионами. Региональные бренды позволят компаниям, чья продукция будет соответствовать позиционированию бренда, уменьшить расходы на продвижение своей продукции на внешние рынки, создать синергетический эффект для таких товаров.

Если Алтайский край, например, будет продвигать себя как туристический кластер - «русскую Швейцарию», как уникальное место производства экологически чистой сельскохозяйственной продукции, так, чтобы в других странах знали, что все что родом из Алтая - это экологично, натурально и качественно, то такая продукция должна стоить дороже. Тогда можно легче нивелировать то удорожание стоимости товара на логистику, которое есть у алтайской продукции, так как выход на крупные рынки происходит через морские порты РФ и Прибалтики.

Конкуренцию можно перевести из ценовой области в конкуренцию восприятия бренда. Поэтому покупатель не будет задавать вопрос, почему он должен платить за алтайскую продукцию больше, чем, например, за украинскую или товары из других регионов России, близких к морским портам, где логистика гораздо дешевле [1].

Примером хорошего регионального или странового бренда может быть швейцарский сыр или шоколад, японские автомобили, немецкая техника и другие - все это, как правило, стоит дороже, чем у конкурентов, но потребитель готов платить за тот самый бренд. Возвращаясь к сибирскому федеральному округу, в области сельскохозяйственной продукции, продуктов питания можно создавать общесибирский бренд - MADE IN SIBERIA или FROM SIBERIA. То же мороженное, подаренное нашим президентом председателю КНР, было родом из Новосибирска - и это не случайно. Это знак качества.

Сибирская продукция нуждается в проактивном и креативном продвижении. Важно использовать для этого весь спектр разнообразных возможностей, предлагаемых мировым рынком, ориентироваться на лучшие практики и примеры.

Библиографический список

1. Новосибирская область как бренд: что делать для развития экспорта // rbc.ru URL: [https:// www.rbc.ru/nsk/13/10/2017/59df3a069a7947a10f5a0ad4](https://www.rbc.ru/nsk/13/10/2017/59df3a069a7947a10f5a0ad4) (дата обращения: 20.10.2019).

СОДЕРЖАНИЕ

I ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ, ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ	3
БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО В РОССИИ Пугачева Т.И.	3
НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИКИ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ НА МАЛЫЙ БИЗНЕС Карнакова П.А.	5
ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ Долгих Д.А.	9
ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ Ковынева В.Р., Трудорудо Т.С.	12
РОССИЙСКИЕ ТНК И ИХ РОЛЬ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ Федотова Е.В.	15
СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ ОРГАНИЗАЦИЙ Гребнева А.А.	18
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ Ёлкина А.А.	22
ПРОБЛЕМЫ ЛИДЕРСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ Кокорина А.Д.	26
II ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ, КОМПЛЕКСНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	30
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КЛЮЧЕВСКОГО РАЙОНА АЛТАЙСКОГО КРАЯ Желткова И.В.	30
ПРОБЛЕМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛЬНЫХ АДМИНИСТРАТИВНЫХ РАЙОНОВ (САР) Чирков А.С., Абдулина К.С.	33
АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Федорова Ю.В.	36
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ АО «СИНАР» Ведрова А.В.	38
ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КОМПАНИИ Федорович Е.Е.	44
МУЗЫКАЛЬНОЕ ПРИВЕТСТВИЕ ДО НАЧАЛА РАБОЧЕЙ СМЕНЫ КАК ФАКТОР НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ Воронова С.М., Петрик О.О.	47

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ Лакушина Т.П.	52
НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ Кирсанова А.И.	56
К ВОПРОСУ О РОЛИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В УПРАВЛЕНИИ ЖЕНСКИМ КОЛЛЕКТИВОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Голыбина Н.С.	60
ПОНЯТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА Сухонда М.А., Романенко И.В.	66
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ ЮГО-ЗАПАДНОЙ ЧАСТИ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА Данильченко А.О., Усенко А.А.	70
РОЛЬ ГОЛЛАНДСКОЙ ОСТ-ИНДСКОЙ КОМПАНИИ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ Торопова А.И.	78
РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА СОЗДАНИЯ МИНИ-ЗООПАРКА Широ Ю.В.	81
АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ ИЗМЕНЕНИЙ В СИСТЕМЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РФ Федорова А.В.	85
АКТУАЛЬНЫЕ ПРИЧИНЫ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ (мнение выпускников) Сидоров А.Н., Харитонов А.Р.	90
КОМБИНИРОВАННАЯ ОПЛАТА ТРУДА ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Золотопупова Д.Ю.	95
РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКОВ МУНИЦИПАЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Рюмочкин О.В.	98
III БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ФИНАНСЫ	101
ПРОБЛЕМЫ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ Антипова А.И.	101
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА И ПУТИ ЕГО УЛУЧШЕНИЯ Антонова А.А.	104
ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ БАНКА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА Балобина Ю.А., Жукова Ю.С.	108

АНАЛИЗ БАЛАНСА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА Балонина К.А.	111
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ Варпахович Е.Е.	115
ВЛИЯНИЕ ГОСКОРПОРАЦИЙ НА ЭКОНОМИКУ РФ Бобко К.И., Михеев П.А.	119
КТО БОЛЬШЕ ВСЕГО ВЫИГРЫВАЕТ ОТ ГЛОБАЛИЗАЦИИ? Выпно В.В.	124
РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ РАСЧЕТА СТОИМОСТИ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ В МНОГОКВАРТИРНОМ ДОМЕ Выпно В.В., Жукова А.О.	129
БИТКОИН: ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВОЛАТИЛЬНОСТЬ КРИПТОВАЛЮТЫ Гавринова Н.С.	133
БАНКИ КАК ПОЛЬЗОВАТЕЛИ РЫНКОВ ОБЛИГАЦИЙ Григорьева В.П.	136
ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАСЧЕТА И УЧЕТА ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ С ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ Гришанова А.А.	140
ВАРИАНТЫ ОЦЕНКИ ВЫПУСКА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ Емелина К.Ю.	146
ПОРТФЕЛЬНЫЕ РИСКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА И СПОСОБЫ ИХ СНИЖЕНИЯ Золотопупова Д.Ю.	150
ОСОБЕННОСТИ УЧЁТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ Ионова В.В.	154
АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ Исмаилов П.А.	158
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ Климашина Ю.С., Ходырева Е.Н.	161
МАТЕРИНСКИЙ (СЕМЕЙНЫЙ) КАПИТАЛ КАК МЕРА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕМЬЯМ С ДЕТЬМИ Колесникова Т.Д.	165
АНАЛИЗ МЕЖБАНКОВСКОГО КРЕДИТНОГО РЫНКА РОССИИ Лемко А.Н.	172
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ Лобанов И.И.	175

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ИНДИВИДУАЛЬНОГО (ПЕРСОНИФИЦИРОВАННОГО) УЧЕТА В СФЕРЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО ПЕНСИОННОГО СТРАХОВАНИЯ Маштаков Н.В.	178
ВЛИЯНИЕ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МИКРОФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ Мамедова Л.С.	182
ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ РФ Балобина Ю.А., Жукова Ю.С.	185
ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТЫ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ Гребнева А.А.	188
РАЗРАБОТКА КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ НА ОСНОВЕ АВС АНАЛИЗА ДЕБИТОРОВ Чабанов П.Е.	191
УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ТОВАРНЫХ ОПЕРАЦИЙ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ Яковлева А.И.	194
IV ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЫНОЧНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ	199
СТРАТЕГИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ HR-БРЕНДА НА РЫНКЕ ТРУДА Барановский Д.К., Костина А.О., Ковальков А.С., Федяков Д.Г., Тайкараев А.М., Пирцхелиани Н.С.	199
ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СИБИРСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА МИРОВОЙ РЫНОК Меркулов И.М.	202
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РОССИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ Волобуева С.И.	209
ИССЛЕДОВАНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К УСТАНОВКЕ ВИДЕООБОРУДОВАНИЯ Груздева К. Е., Хазанова В.В., Булганина А.Е., Голубев А.А., Челноков А.С.	213
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЙНИНГА КРИПТОВАЛЮТ Какушкина А.А., Шаманина Е.И.	218
БРЕНДБУК КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Шаймарданова А.Р., Федорова Ю.В.	223
ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ РЕГИОНАЛЬНОГО ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ Пашенко А.С., Ключкина А.С., Шанинана Е.П., Вашагина Ю.А., Зубова О.С.	228

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ ДЛЯ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА Панова О.Ю.	231
ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА НА МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА Хазанова В.В., Булганина А.Е., Груздева К.Е., Голубев А.А., Челноков А.С.	237
V СТАНДАРТИЗАЦИЯ, СЕРТИФИКАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ	242
ФОРМИРОВАНИЕ СВОДНОЙ НОМЕНКЛАТУРЫ ДЕЛ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ФГБОУ ВО СИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ) Дзюбина У.С., Иванова Е.Д., Шулбаева К.Ю., Шенцева А.С.	242
РАЗРАБОТКА ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА (НА ПРИМЕРЕ ООО «ДИПО», ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ) Адилова А.С., Ибрагимова Р.Р., Наумова А.В., Чернова А.П., Четвергова Д.В.	246
ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРУКТУРЫ И ФОРМУЛИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ Аминова Л.Р.	251
ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ АКТУАЛИЗАЦИИ НОМЕНКЛАТУРЫ ДЕЛ УНИВЕРСИТЕТА Атанова В.Я., Джабатаева А.Т., Щелкунова Е.В.	254
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ВЫВОЗА ДОКУМЕНТОВ В УСЛОВИЯХ АО ДОМ.РФ, АО БАНК ДОМ.РФ ЕДИНЬЙ СЕРВИСНЬЙ ЦЕНТР, ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ Вищунова А.А., Исупова Д.С., Ситнер О.С., Харламова А.А., Челухоева А.П.	257
РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА ПРИМЕНЕНИЯ СТАТИСТИЧЕСКОГО ПРИЕМОЧНОГО КОНТРОЛЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕ (В УСЛОВИЯХ АО «РАЗРЬД», РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ – АЛАНИЯ) Каплина А.А.	262
ИССЛЕДОВАНИЕ СООТВЕТСТВИЯ ХАРАКТЕРИСТИК МОЛОЧНОГО ШОКОЛАДА ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ Кардаш С.В., Шаталова Ю.С., Шулбакова М.О.	266
АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Михайленко И.А.	271
ИДЕНТИФИКАЦИЯ РИСКОВ ПРОЦЕССА ПРОВЕДЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ Пустуева Л.Ю.	276